



**PENGARUH PRODUK, PROMOSI, PERSEPSI HARGA,
DAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA SANDY JAYA FURNITURE MLONGGO JEPARA**

**Diajukan Oleh :
WIFAQUL AZMI YUSRON
NIM. 2013-11-265**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2017**

**PENGARUH PRODUK, PROMOSI, PERSEPSI HARGA,
DAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA SANDY JAYA FURNITURE MLONGGO JEPARA**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus


Mengetahui,
Ketua ProgDi

Kudus,

2018

Pembimbing I


AGUNG SUBONO, SE, M.Si
NIDN. 0520017602


SUTONO, SE., MM, Ph.D
NIDN. 0626017003

Mengetahui,
Dekan

Pembimbing II




Dr. H. ATIQULHAMAD-EDRIS, Drs, MM
NIDN. 0618000201


IWAN SUROSO, SE, MM
NIDN. 0603067710

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

1. Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat (**Q.S. Al-Mujadalah : 11**)
2. Barang siapa merintis jalan mencari ilmu maka Allah akan memudahkan baginya jalan ke surga (**H.R Muslim**).

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, aku persembahkan skripsi ini untuk orang-orang yang ku sayangi :

1. Ayah bunda tercinta, motivator terbesar dalam hidupku yang tak pernah jemu mendo'akan dan menyayangku, atas semua pengorbanan dan kesabaran mengantarku sampai kini. Tak pernah cukup ku membalas cinta ayah bunda padaku.
2. Adik Alfi dan Elsa yang tercinta.
3. Bayu, Riki, Nasikin dan Kafidin yang selalu support.
4. Keluarga besar Zaza Indonesia dan para patner.
5. Sahabat-sahabatku seperjuangan di Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus dan semua teman-teman yang tak mungkin aku sebutkan satu-persatu, for u all I miss u forever.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmaynya-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan menyusun skripsi dengan judul **PENGARUH PRODUK, PROMOSI, PERSEPSI HARGA,DAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIANKONSUMEN PADA SANDY JAYA FURNITURE MLONGGO JEPARA** yang merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Pada kesempatan ini,perkenankanlah penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris. Drs, MM, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
2. Bapak Agung Subono, SE, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah menyetujui usulan rancangan penulisan skripsi ini.
3. Bapak Sutono, SE, MM, Ph.D, Dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya.
4. Bapak Iwan Suroso, SE, MM, Dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya.
5. Seluruh Dosen yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
6. Responden yang telah memberikan waktu guna pengisian kuesioner.

7. Untuk Almamaterku Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limbahan balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan, karena ini semua disebabkan keterbatasan waktu, tenaga, biaya dan kemampuan penulis. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun senantiasa penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Penulis berharap skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca.
Amien.

Kudus, Agustus 2018

Penulis

Wifaqul Azmi Yusron

NIM. 2013-11-265

ABSTRAK

PENGARUH PRODUK, PROMOSI, PERSEPSI HARGA, DAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SANDY JAYA FURNITURE MLONGGO JEPARA

Wifaqul Azmi Yusron

NIM. 2013-11-265

Dosen Pembimbing I : Sutono, SE, MM, Ph.D

Dosen pembimbing II : Iwan Suroso, SE, MM

Penelitian ini mempunyai tujuan menguji dan menganalisis variabel produk, promosi, persepsi harga, dan distribusi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Sandy Jaya Furniture Mlonggo Jepara. Jenis dari penelitian ini merupakan deskriptif kuantitatif. Sampel penelitian sebanyak 68 responden. Analisis data yang digunakan merupakan uji instrumen data, regresi berganda, uji hipotesis meliputi Uji t dan Uji F, serta Koefisien Determinasi. Berdasarkan hasil analisis data mengenai pengaruh produk, promosi, persepsi harga, dan distribusi terhadap keputusan pembelian, maka dapat diambil kesimpulan baik secara parsial maupun berganda produk, promosi, persepsi, dan distribusi mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci : Produk, promosi, persepsi, dan distribusi terhadap keputusan pembelian

Kata kunci : Kepercayaan, persepsi nilai, *personal selling*, *word of mouth* keputusan pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT, PROMOTION, PRICE, DISTRIBUTION AND PERCEPTION TOWARDS CONSUMER PURCHASING DECISIONS ON SANDY JAYA FURNITURE JEPARA MLONGGO

Wifaqul Azmi Yusron
NIM. 2013-11-265

Advisor I : Sutono, SE, MM, Ph.D

Advisor II : Iwan Suroso, SE, MM

This study aims to test and analyze variable products, promotions, pricing, distribution and perception influence on consumer purchasing decisions on Sandy Jaya Mlonggo Furniture Jepara. Type of this research is quantitative descriptive. Sample research as much as 68 respondents. The analysis of the data used is a test instrument data, multiple regression, hypothesis testing includes Test Test t and F , as well as the coefficient of Determination. Based on the results of data analysis on the influence of product, promotion, distribution, and perception towards purchasing decisions, then it can be taken either by partial conclusion or multiple products, promotion, distribution and perception, influence positive significantly to consumer purchasing decisions.

Key words: product, promotion, distribution, and perception towards purchasing decisions

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	5
1.3. Perumusan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Kegunaan Penelitian	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Produk.....	8
2.2. Promosi	17
2.3. Persepsi Harga.....	29
2.4. Saluran Distribusi.....	34
2.5. Keputusan Pembelian	38
2.6. Tinjauan Penelitian Terdahulu	48

2.7. Kerangka Pemikiran Teoritis	51
2.8. Hipotesis	52
BAB. III. METODE PENELITIAN	54
3.1. Rancangan Penelitian	54
3.2. Variabel Penelitian	54
3.3. Jenis dan Sumber Data	37
3.4. Populasi dan Sampel	58
3.5. Pengumpulan Data	59
3.7. Uji Instrumen Data	60
3.8. Pengolahan Data	62
3.8. Analisis Data	63
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	69
4.1. Gambaran Umum.....	69
4.2. Penyajian Data	73
4.3. Analisis Data	80
4.4. Pembahasan	85
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	94
5.1. Kesimpulan	96
5.2. Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	<i>Halaman</i>
Tabel 1.1. Data Penjualan Meubel Sandy Jaya Mlonggo Tahun 2015-2017	4
Promosi pada Meubel Jaya Furniture Mlonggo	4
1.2. Data Komplain Pelanggan pada Distribusi Pemesanan	
1.3. Produk pada Meubel Sandy Jaya Furniture Mlonggo	5
Hasil Pengujian Validitas.....	61
3.1. Hasil Ringkasan Uji Reliabilitas.....	62
3.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	74
4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	75
4.3. Frekuensi Variabel Produk	76
4.4. Frekuensi Variabel Promosi.....	77
4.5. Frekuensi Variabel Persepsi Harga	78
4.6. Frekuensi Variabel Distribusi	79
4.7. Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	80
4.8. Hasil Analisis Regresi Linier	81
4.9. Hasil Uji F (Bersama-sama)	84
4.10. Hasil Uji Koefisien Determinasi	85
4.11.	

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1. Kerangka Berfikir Penelitian	52
--	----

